

فرا ترکیب پژوهش سرمایه فرهنگی در ایران: ارائه چارچوب و الگویی جامع و یکپارچه (بررسی کلیه مقالات ۲۰ ساله علمی پژوهشی طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۳۰

کد مقاله: ۴۵۸۲۶

محمدعلی زکی^۱

چکیده

امروزه مفهوم سرمایه فرهنگی به‌عنوان شناخت و ادراک فرهنگی و شیوه‌های عمل متناسب صلاحیت‌های فرهیختگی و نیز شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی مورد توجه دانشمندان علوم اجتماعی و مطالعات فرهنگی قرار گرفته است. سرمایه فرهنگی به‌منزله یکی از مفاهیم کانونی جامعه‌شناسی است که در سال‌های اخیر به‌خصوص در ایران مورد توجه صاحب‌نظران علوم اجتماعی قرار گرفته است. علایق جامعه‌شناسان در بررسی و تبیین سرمایه فرهنگی در طی دو دهه اخیر رشد سریع و فزاینده‌ای از خود نشان داده است. با توجه به فراوانی و تنوع تحقیقات انجام شده، نیاز به انجام تحقیقات ترکیبی مثل فراترکیب در این حوزه احساس می‌شود. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی فراترکیب تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران خواهد بود. روش فراترکیب از روش‌های جدید و نوظهور در مطالعات کیفی است که استفاده از آن در تحقیقات علوم اجتماعی رو به گسترش بوده و می‌تواند در خلق و توسعه دانش، محققان علوم اجتماعی را یاری رساند. تحقیق حاضر از نوع روش فراترکیب و اطلاعات با استفاده از چهار منبع اینترنتی پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (sid.ir)، پایگاه اطلاع‌رسانی نشریات علمی ایران (magiran.com)، پایگاه مجلات تخصصی نور (Noormags.ir)، پرتال جامع علوم انسانی (Ensani.ir) جمع‌آوری شده است. طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰ تعداد ۲۲۹ مقاله در موضوع سرمایه فرهنگی در ایران ثبت شده است. نتایج استفاده از روش فراترکیب تحقیق را قادر به ارائه چارچوب و الگویی جامع و یکپارچه جهت تبیین سرمایه فرهنگی در ایران نموده است. بر اساس مدل پیشنهادی سرمایه فرهنگی قابل تفکیک در پنج بخش به ترتیب فراوانی عبارت‌اند از اثرات (۷۰ درصد)، وضعیت (۱۴ درصد)، عوامل مؤثر (۱۱ درصد)، کلیات (۳ درصد) و همبسته‌های سرمایه فرهنگی (۲ درصد) بوده است.

واژگان کلیدی: سرمایه فرهنگی، روش فراترکیب، مجلات علمی، مدل جامع و یکپارچه.

۱- مقدمه

چند دهه بیشتر از طرح مفهوم سرمایه فرهنگی نمی‌گذرد. در حقیقت مفهوم سرمایه فرهنگی تأثیر چشمگیری بر جامعه‌شناسی و حوزه نظریه فرهنگی نهاده است. «سرمایه فرهنگی» که پیشینه نظری تقریباً گسترده‌ای در ادبیات جامعه‌شناسی داشته، مفهوم پردازی و بسط نظری آن به صورت بنیادین، مرهون تلاشهای نظری پیر بوردیو بوده است (کیم و کیم، ۲۰۰۹). بوردیو همراه با پاسرون اولین بار در سال ۱۹۷۷ در کتاب «باز تولید در آموزش، جامعه و فرهنگ» مفهوم سرمایه فرهنگی را در نوشته‌های خود بکار بردند تا به کمک این مفهوم، باز تولید فرهنگی و اجتماعی نظام آموزشی فرانسه را نمایان سازند. بوردیو مفهوم سرمایه فرهنگی را برای تحلیل اینکه چگونه فرهنگ و تحصیلات تأثیر متقابل داشته و در بازتولید اجتماعی سهیم هستند، به کار برده است. سرمایه فرهنگی یک مفهوم جامعه‌شناختی دارد که از زمانی که برای اولین بار توسط پیر بوردیو به کار برده شد، شهرت گسترده‌ای پیدا کرده است. سرمایه فرهنگی یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و آن در برگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شود. این مفهوم از زمان طرح توسط بوردیو، بیش از هر حوزه دیگری در آموزش و پرورش به کار رفته است، لکن با بسط و تعدیل مفهوم سرمایه فرهنگی از آن در سایر رشته‌ها نیز استفاده‌های فراوانی شده است. سرمایه فرهنگی از آن دست مفاهیم چندبعدی در علوم اجتماعی است که در بسیاری از حوزه‌های جامعه نیز تأثیر گذار است. به دنبال مطرح شدن مفهوم سرمایه فرهنگی در حوزه جامعه‌شناسی، پژوهشهای مختلفی انجام شده است که با عناوین مختلف به بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و دیگر متغیرها پرداخته‌اند. علاوه بر پیر بوردیو، کالین مرکر، دیوید تراسبی، بونی اریکسون، پل دیماجو را می‌توان از جمله نظریه پردازان سرمایه فرهنگی به شمار آورد.

۲- سوال اصلی

سرمایه فرهنگی در جامعه ایرانی از منظر جامعه‌شناسی به مثابه پدیده اجتماعی تلقی می‌شود. با توجه به کثرت تولیدات علمی پژوهشی طی دودهمه گذشته، چگونه می‌توان چارچوب والگویی جامع و یکپارچه برای تبیین این پدیده اجتماعی (سرمایه فرهنگی) ارائه نمود؟ نقش و کارکرد روش جدید فرا ترکیب در این راستا چگونه خواهد بود؟

۳- اهداف فرعی

- الف) چگونگی «روند پژوهشی» تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران طی سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰.
 ب) چگونگی «گرایشهای پژوهشی» تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران طی سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰.
 ج) انواع گوناگون متغیرهای اصلی و فرعی در هر کدام از بخش‌های مربوط به «گرایشهای پژوهشی» تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران طی سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰.
 د) اولویت بندی (رتبه بندی) «گرایشهای پژوهشی» تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران طی سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰.
 ه) چگونگی امکان "ارائه چارچوب والگویی جامع و یکپارچه در خصوص تبیین سرمایه فرهنگی در ایران" با استفاده از روش فراترکیب.

۴- سرمایه فرهنگی، میراث فکری بوردیو: چیستی فضای مفهومی و گونه‌شناسی (سنخ‌شناسی)

«میراث فکری بوردیو در دو حوزه نظری و پژوهشی در جامعه‌شناسی ایران (با تکیه بر سه موضوع سرمایه اجتماعی، سبک زندگی و سرمایه فرهنگی) تجلی داشته است. تعداد ۵۰۰ مقاله در زمینه سرمایه اجتماعی، ۱۳۰ مقاله در خصوص سبک زندگی و ۶۱ مقاله در زمینه سرمایه فرهنگی طی سالهای ۱۳۸۰ تا تابستان ۱۳۹۵ در مجلات علمی پژوهشی ایران منتشر و ثبت شده که بیانگر بخش مهمی از تأثیر میراث فکری بوردیو در جامعه‌شناسی ایران بوده است. ظهور و بروز بوردیو در تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران در مقایسه با دو بخش سرمایه اجتماعی و سبک زندگی بسیار بیشتر بوده و قابل مقایسه نیست و البته دلیل علمی و منطقی آن بسیار واضح و روشن بوده، چراکه تبیین سرمایه فرهنگی به طور مشخص اختصاص به بوردیو داشته است.» (محمدعلی زکی، ۱۳۹۵). سرمایه فرهنگی مفهومی چندبعدی است که پیشینه نظری تقریباً گسترده‌ای در ادبیات جامعه‌شناسی دارد و متفکرانی چون اریکسون (۱۹۹۶) و دی‌ماجو (۱۹۸۲) به اندیشه پردازی پیرامون این مفهوم پرداخته‌اند. مفهوم پردازی و بسط نظری این مفهوم البته به صورت بنیادین، مرهون تلاش‌های نظری پی‌یر بوردیو جامعه‌شناس شهیر فرانسوی است. اندیشه و نظام نظری بوردیو وضعیتی رابطه‌مند دارد و مفاهیم در کنار یکدیگر معنا می‌یابند؛ در این نظام مفاهیم هر بعد با بعد دیگر مرتبط شده و خود آن نیز به شکلی رابطه‌مند تعریف می‌شود (بون ویتز، ۱۳۹۰).

سرمایه فرهنگی عبارت است از آن چیزی که فرد آن را به طور انتسابی و اکتسابی در خانواده، جامعه و مدرسه به دست می‌آورد. این سرمایه با معرف‌هایی همچون: الف- سرمایه فرهنگی تجسم یافته یا ذهنی (فعالیت‌های فرهنگی، فضای فرهنگی خانواده و غیره)، ب- سرمایه فرهنگی عینیت یافته (میزان مصرف کالاهای فرهنگی خانواده همانند کتابخوانی، فیلم و سینما، نوشته‌ها، نقاشی‌ها و غیره) و ج- سرمایه فرهنگی نهادینه شده (مدارک و مدارج تحصیلی و علمی فرهنگی) (شارع پور و خوشفر، ۱۳۸۱)

شناخته شده است. از دیدگاه بورديو، شاخص های سرمايه فرهنگي مهارت های بين شخصي و غيررسمي شامل عادات، مدرک تحصيلي، سلايق، سبکهای زندگي وغيره می شود (باکاک، ۱۳۸۱). از نظر بورديو سرمايه فرهنگي، گرايش ها و عادات ديرپا است که در فرايند جامعه پذيری حاصل می شوند و نيز اهداف فرهنگي ارزشمند مانند صلاحيت های تحصيلي و فرهنگي را شامل می شود (آنهاير، ۱۹۹۳). بورديو سرمايه فرهنگي را نوعی ذائقه فرهنگي ميداند که علاوه بر دانش، معرفت و اطلاعات عمومي، گرايشها و ذائقه های والدين، ترجيحات و اطلاعات خاص در مورد سيستم آموزشی آن ها را نيز در بر ميگيرد. (جاگر و هلم، ۲۰۰۷). ويلکنز و ليوئز (۲۰۱۴) بيان می کند که سرمايه فرهنگي، منش و شيوه رفتار، شرايط آموزشی و کالاهای فرهنگي است به نظر بورديو، سرمايه فرهنگي به منزله یک شاخص ترکیبی شامل گرايش های روانی افراد نسبت به مصرف و استفاده از کالاهای فرهنگي، ميزان مصرف مستقيم کالاهای فرهنگي به طور عيني و مدارک و مدارج علمی و فرهنگي است؛ بورديو در تعريف سرمايه فرهنگي آن را دربرگيرنده تمایلات پايدار فرد می داند که در خلال اجتماعی شدن در او انباشته می شود؛ به بيان ديگر، مهارت های رسمي و غيررسمي شامل عادت ها و روش ها و سلايق، سبک زندگي افراد، شبکه ساختاربابی، مدارک تحصيلي، كيفيت تحصيلي افراد و گرايش آنان به جمع آوری محصولات فرهنگي و هنری نيز از شاخص های سرمايه فرهنگي به شمار می آيند (بورديو، ۱۳۹۳). سرمايه فرهنگي شکلی از سرمايه ارزشی و فرهنگ برجسته طبقات بالاست که با سرمايه اقتصادی و اجتماعی تفاوت دارد؛ ولی در نهايت به هر دوی آن ها تبديل شدنی است. مفهوم سرمايه فرهنگي از نظر بورديو به مجموعه ای از توانمندی ها و عادت ها و طبع های فرهنگي از جمله دانش، زبان، سليقه یا ذوق و سبک زندگي دلالت می کند. انتقال سرمايه اقتصادی از نسلي به نسل ديگر و از طريق ارث و ميراث صورت می گيرد؛ در حالی که انتقال سرمايه فرهنگي امری پيچيده تر است (صالحی امیری و سپهرنيا، ۱۳۹۳).

تحليل فرهنگي بورديو با تأکید بر سرمايه فرهنگي به منزله ابزار فهم تفاوت های اجتماعی انجام می شود. او مبادله فرهنگي را با استفاده از مفهوم سرمايه تحليل می کند و با بهره گيری از ساختارگرایی و جامعه شناسی دانشی اين کار را به خوبی انجام می دهد. «بورديو برای به انجام رساندن ترکیب عينيت گرایی و ذهنيت گرایی و رفتن به فراسوی اين دوگانه رايج، مجموعه بدیع و تازه های از مفاهيم را وضع کرد که با مفاهيم عادت واره، ميدان و سرمايه استحکام یافته است» (استونز، ۱۳۸۷). برای بورديو عادت واره، ميدان و سرمايه هم از حيث تجربی و هم مفهومی دارای ارتباط درونی اند (بورديو و واکوانت، ۱۹۹۲). عادت واره، سرمايه و ميدان سه رأس مثلی هستند که هيچ کدام برتر یا مقدم بر ديگری نيستند و هر سه برای درک جهان اجتماعی لازم و ملزوم يکديگر بوده و حالتی درهم پيچيده دارند.

– فضای اجتماعی در اندیشه بورديو، یک فضای توزیع است؛ فضای توزیع، مجموعه وسیعی از مواضع سلسله مراتبی است که هر موضع با روابطی که با ساير ميدان های نزدیک برقرار می کند، مشخص می شود (جنکينز، ۱۳۸۵). فضای اجتماعی در اندیشه بورديو متشکل از مجموعه ميدان های مرتبط با هم است.

– ميدان: ميدان فضای روابط میان کنشگران و عرصه رقابت برای کسب جایگاه، در سلسله مراتب قدرت درون ميدان است. ميدان را همچنين می توان صحنه کشاکشی دانست که در آن کنشگران و نهادها در پی حفظ یا براندازی نظام موجود سرمايه هستند (استونز، ۱۳۸۷). ميدان از درون، براساس روابط قدرت ساخت می يابد (جنکينز، ۱۳۸۵: ۱۳۶). آنچه به ميدان معنا می دهد، سرمايه است. حجم و ترکیب انواع سرمايه ها، جایگاه فرد را در سلسله مراتب ميدان تعيين می کند.

– سرمايه: اصطلاح سرمايه معمولاً به فضای اقتصادی و مبادله مالی مربوط می شود؛ اما استفاده بورديو از اين اصطلاح گسترده تر است (بون ویتز، ۱۳۹۰: ۱۶۹). مفهوم چند وجهی سرمايه که به همت بورديو پردازش شده، به ما امکان می دهد، به بازنمایی مناسب تری از ساختار و نظام روابط در هر فضای اجتماعی دست يابيم و به جای هرمی ديلن جامعه، جامعه ای با فضای چند بعدی متصور باشيم (شوپره و فونتین، ۱۳۸۵: ۱۰۰). از نظر بورديو سرمايه هرگونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه اجتماعی است که در توانایی فرد برای بهره مندی از منافع خاص که در اين صحنه حاصل می گردد، مؤثر واقع می شود (استونز، ۱۳۸۷: ۳۳۵).

بورديو سرمايه را هر منبعی می داند که در عرصه خاصی اثر بگذارد و به فرد امکان دهد سود خاصی را از راه مشارکت در رقابت بر سر آن، به دست آورد. انگاره سرمايه از رويکرد اقتصادی سرچشمه می گيرد. بازشناسی ویژگی های سرمايه به وضوح نشان دهنده اين تشابه انواع سرمايه است؛ سرمايه از طريق عمليات سرمايه گذاری انباشته می شود، به صورت ميراث انتقال می يابد و فرصت های که صاحب سرمايه با انجام سودمندترين جابه جایی ها فراهم می کند، بهره مندی بيشتري از آن را ممکن می کند.

بورديو در مقاله انواع سرمايه (۱۹۸۶) هر یک از انواع سرمايه را تعريف می کند. سرمايه اقتصادی در اندیشه بورديو شامل درآمد و بقيه منابع مالی است که در قالب مالکيت جلوه می کند. درآمد و دارایی را می توان معرف های سرمايه اقتصادی در نظر گرفت. سرمايه اجتماعی شامل همه منابع واقعی و بالقوه است که می تواند در اثر عضویت در شبکه اجتماعی کنشگران یا سازمان ها به دست آيد (آنهاير و ديگران، ۱۹۹۳). سرمايه نمادين در اندیشه بورديو محصول شناخته شدن و به رسميت شناخته شدن توسط ديگران است (شالچی، ۱۳۸۷: ۱۰۱) و شامل کاربرد نمادهایی می گردد که فرد آن را به کار می گيرد تا به سطوح ديگر سرمايه خود مشروعيت بخشد (ترنر، ۱۹۹۸: ۵۱۲).

به اعتقاد بورديو ساختار اجتماعی یک جامعه پيشرفته یک فضای اجتماعی پيچيده ای است که در آن انواع سرمايه ها براساس موقعيت اجتماعی گروه های اجتماعی توزیع شده است. از نظر بورديو (۱۹۸۵) هر نوع دارایی، منابع یا کالاهایی که در جامعه دارای ارزش باشند می تواند نوعی سرمايه محسوب شود. بورديو به سه نوع سرمايه اشاره می کند که عبارتند از: سرمايه اقتصادی (پول،

دارایی) سرمایه فرهنگی (دانش، مهارت، مدارک تحصیلی) و سرمایه اجتماعی (روابط و عضویت در یک گروه). **سرمایه اقتصادی:** «دارایی‌ها و کالاهای لوکسی که به یک فرد تعلق دارد.» **سرمایه اجتماعی:** مجموعه منابع واقعی و بالقوه‌ای است که در اثر عضویت در شبکه اجتماعی یا سازمان‌ها به دست می‌آید.» بورديو این مفهوم را برای فهم و تبیین این مسئله که «چگونه روابط سلطه و قدرت بین کنشگران ایجاد و باز تولید می‌شود.»

به‌زعم بورديو، سرمایه فرهنگی عاملی تعیین‌کننده در رفتارها و سبک زندگی افراد محسوب می‌شود. این نوع از سرمایه که بورديو انواع آن را توضیح داده است، موقعیت اجتماعی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و این موقعیت، فرصت‌هایی را برای عامل اجتماعی فراهم می‌آورد تا از آن طریق سبک زندگی مرتبط با سلامت خود را انتخاب کنند. سرمایه فرهنگی در اندیشه بورديو، نزدیک به مفهوم وبری شیوه زندگی است که شامل مهارت‌های خاص، سلیقه، نحوه سخن گفتن و شیوه‌هایی است که فرد از طریق آن خود را از دیگران متمایز می‌سازد (ممتاز، ۱۳۸۳: ۱۵۱). بورديو تحصیلات را نمودی از سرمایه فرهنگی می‌داند و گرایش به اشیای فرهنگی و جمع شدن محصولات فرهنگی در نزد فرد را سرمایه فرهنگی می‌خواند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۷). به‌طور کلی، می‌توان گفت هر میدانی، به نوع خاصی از سرمایه اهمیت می‌دهد. در میان انواع سرمایه‌ها، سرمایه فرهنگی در حوزه آکادمیک ارزشمند تلقی شده و عاملی کلیدی در تلاش برای کسب برتری در میدان مزبور و یافتن مرجعیت و پرستیژ آکادمیک است (سیدمن، ۱۳۸۶: ۱۹۸).

از نظر بورديو سرمایه فرهنگی به سه حالت ممکن است وجود داشته باشد: حالت تجسم‌یافته، حالت عینیت یافته و حالت نهادینه‌شده:

الف) سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته: سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته نوعی ثروت بیرونی است که به‌منزله بخش جدایی‌ناپذیری از فرد درآمده است. این همان بخشی است که بورديو آن را ابعاد سرمایه فرهنگی همراه با تولد می‌نامد. این نوع سرمایه فرهنگی، نوعی ثروت درونی است که قابل انتقال و مبادله نیست و به مرور زمان بخشی از فرد شده است (شارع پور و خوش فر، ۱۳۸۱). اینگونه سرمایه و این ثروت بدنی را که به جزء جدانشدنی وجود شخص و محدوده اعمال عادت‌گونه او تبدیل شده است، می‌توان خیلی سریع (برعکس پول، حقوق، مالکیت یا حتی القاب اشرافی) به هدیه یا خرید یا مبادله انتقال داد (صالحی‌امیری و سپهرنیا، ۱۳۹۳). سرمایه تجسم‌یافته با کوشش، تجربه و استعداد فرد حاصل می‌شود و با مرگ دارنده آن از بین می‌رود و نمی‌توان آن را به دیگری واگذار کرد؛ به عبارت دیگر، این نوع سرمایه به مجموع خصلت‌های پرورش‌یافته در افراد اشاره دارد که از طریق فرایند اجتماعی شدن، در آن‌ها درونی می‌شود. سرمایه فرهنگی متجسم (درونی شده): توانایی‌های بالقوه‌ای هستند که به تدریج بخشی از وجود فرد شده و تثبیت گردیده‌اند (فونتن و شوریه، ۱۳۸۲). این سرمایه فرهنگی درونی شده، عادات و منش، مشرب و خلق و خوی فرهنگی‌ای است که از خانواده به فرزندان منتقل می‌شود و گویی به ارث می‌رسد (لازیو و واینبرگر، ۲۰۰۳). داشتن دانش در زمینه‌های گوناگون و شناخت رمزگان جهان اجتماعی، نمونه‌هایی از سرمایه فرهنگی درونی شده‌اند.

ب) سرمایه فرهنگی عینیت یافته: سرمایه فرهنگی عینیت یافته نیز شامل کالاهای فرهنگی، تمایل بدان‌ها و مصرف فرهنگی کالاها و محصولات فرهنگی است. سرمایه فرهنگی عینیت یافته یکی از بدیهی‌ترین و عینی‌ترین شکل‌های سرمایه فرهنگی است و به مصرف کالاها و محصولات فرهنگی در میان قشرهای جامعه اشاره دارد که خود ممکن است تابعی از متغیرهای گوناگون فردی و اجتماعی قرار گیرد. این سرمایه فرهنگی در اشیای مادی انتقال‌پذیر است ولی آنچه شایستگی انتقال دارد، مالکیت قانونی است نه استعدادی که آن تابلوی نقاشی را خلق کرده است. پس کالاها و فرهنگی را هم می‌توان به صورت مادی به تملک درآورد که مستلزم سرمایه اقتصادی است و هم به صورت نمادین که مستلزم سرمایه فرهنگی است.

اشیای مادی، کالاها و فرهنگی و رسانه‌هایی مانند نوشته‌ها، کتاب‌ها، نقاشی‌ها و ابزارهای موسیقی جزء سرمایه فرهنگی عینیت یافته‌اند. بهره‌گیری از سرمایه فرهنگی عینیت یافته به سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته فرد وابسته است. در مطالعه این نوع از سرمایه فرهنگی می‌توان مجموع دارایی‌ها و موجودی کالاها و فرهنگی استفاده‌شده مانند تعداد و نوع کتاب‌ها، مجلات، تابلوهای تصویری، کامپیوتر و اشیای قیمتی فرهنگی را در نظر گرفت (صالحی‌امیری و سپهرنیا، ۱۳۹۳).

سرمایه فرهنگی عینی در واقع دسترسی فرد به منابع فرهنگی را آسان‌تر و بیشتر می‌کند و دشواری‌های یادگیری را کمتر می‌کند. همچنین به کودک القا می‌کند که داشتن و استفاده کردن از این نوع کالاها نیز با ارزش است. این نوع از سرمایه یکی از بدیهی‌ترین و عینی‌ترین اشکال سرمایه فرهنگی است که ممکن است تابعی از متغیرهای گوناگون فردی و اجتماعی باشد. کالاها و فرهنگی را هم می‌توان به صورت مادی تخصیص داد (که سبب سرمایه اقتصادی می‌شود) و هم به صورت نمادی (که سبب سرمایه فرهنگی می‌شود) (شارع پور و خوش فر، ۱۳۸۱).

ج) سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده: سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده، دستاوردها، توانایی‌ها، مهارت‌های تحصیلی و غیرتحصیلی است که به صورت مدرک به فرد ارائه شده و به لحاظ قانونی-عرفی به دارنده آن ارزش اجتماعی می‌دهد. عینیت‌بخشیدن به سرمایه فرهنگی از طریق مدارک دانشگاهی و تحصیلی صورت می‌گیرد؛ بدین ترتیب که سرمایه تجسم‌یافته بیولوژیکی، خارج از دارایی‌های مادی و عینی فرهنگی واقعیت پیدا می‌کند. این کار با کسب عناوین تحصیلی صورت می‌گیرد که به صورت قانونی و نهادی تأیید شده است. این مدارک مستقل از صاحبانشان اعتبار دارند. برای مطالعه این نوع از سرمایه فرهنگی می‌توان هر نوع مدرک تحصیلی، فنی، حرفه‌ای، فرهنگی و هنری را بررسی کرد که از سوی مراکز و انجمن‌های رسمی نهادی تأیید شده است (صالحی‌امیری و سپهرنیا، ۱۳۹۳).

سرمایه فرهنگی نهادینه شده به کمک ضابطه‌های اجتماعی و به‌دست‌آوردن عنوان‌ها، برای افراد موقعیت کسب می‌کند؛ مانند مدرک تحصیلی و تصدیق حرفه و کار. این سرمایه نیز انتقال‌پذیر نیست و نمی‌توان آن را واگذاری کرد و به‌دست‌آوردن آن برای افراد، بستگی به شرایط معین دارد.

۵- ضرورت و اهمیت تحقیق:

سرمایه فرهنگی به مثابه پدیده اجتماعی و اصول پنج گانه جامعه‌شناختی تحلیل دورکیمی آن: لازمه تحلیل و تبیین جامعه‌شناختی سرمایه فرهنگی به منزله «پدیده اجتماعی» توجه به پنج اصل می‌باشد (نمودار شماره ۱):

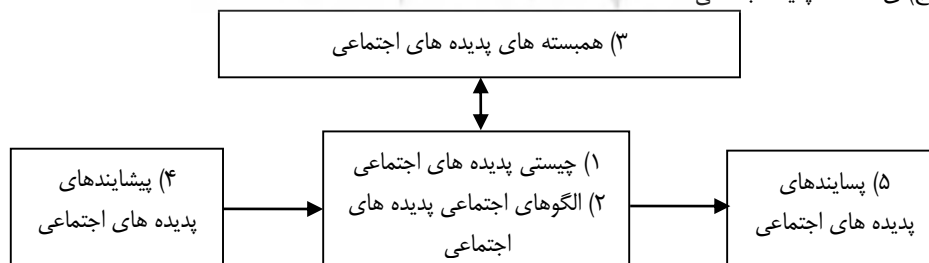
اصل اول: چیستی و ماهیت پدیده‌های اجتماعی: پدیده‌های اجتماعی دارای ماهیتی پیچیده، چند وجهی و چندبعدی هستند که می‌توان آنها را با استفاده از ابزارهای علمی (پرسشنامه) اندازه‌گیری نمود. نقش محقق در شناخت پدیده ه‌آن است که ابعاد و مولفه‌های گوناگون موضوع تحقیق را تعیین و شناسایی کند، برای نمونه بیگانگی اجتماعی شامل پنج مولفه بیگانگی از خود، بیگانگی از کار، بیگانگی از خانواده، بیگانگی از روابط اجتماعی و بیگانگی از نهادهای اجتماعی گزارش شده است. سلامت اجتماعی در بردارنده شامل پنج مولفه شکوفایی اجتماعی، همبستگی اجتماعی، پذیرش اجتماعی، مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی بوده است.

اصل دوم: الگوهای اجتماعی پدیده‌های اجتماعی: متغیرهای شائع مورد استفاده در تحقیقات اجتماعی (شامل جنس، سن، تحصیلات، شغل، وضع تاهل، حوزه‌های اجتماعی محل سکونت، نژاد و قومیت، طبقه اجتماعی) به منزله الگوهای اجتماعی می‌باشد (گیتاس، ۱۹۷۲ و بورگس، ۱۹۸۶). چگونه می‌توان به مقایسه سرمایه فرهنگی برحسب الگوهای اجتماعی پرداخت؟ برای نمونه موضوع موفقیت تحصیلی برحسب متغیرهای اجتماعی (شامل جنس، سن، تحصیلات، شغل، وضع تاهل، حوزه‌های اجتماعی محل سکونت، نژاد و قومیت، طبقه اجتماعی، دین) چگونه است؟ در این اصل به مقایسه موضوع تحقیق برحسب الگوهای اجتماعی توجه می‌شود برای نمونه: وضعیت سرمایه فرهنگی به تفکیک مردان و زنان، وضعیت سرمایه فرهنگی به تفکیک محل سکونت نقاط شهری و روستائی و غیره. بررسی تمایزات (تفکیک‌های) اجتماعی نتیجه مقایسه پدیده‌های اجتماعی خواهد بود که دو وضعیت شناسائی می‌شود: الف) زمانی که تفاوت معناداری در خصوص پدیده اجتماعی بین گروه‌های تحقیق وجود دارد که این وضعیت نشان از وجود ناهمگونی (عدم تجانس) اجتماعی در خصوص پدیده اجتماعی دارد. ب) زمانی که تفاوت معناداری در خصوص پدیده اجتماعی بین گروه‌های تحقیق وجود ندارد که این وضعیت معرف همگونی (تجانس) اجتماعی در خصوص پدیده اجتماعی دارد.

اصل سوم: همبسته‌های پدیده‌های اجتماعی: روابط درهم تنیده‌ای بین موضوعات اجتماعی با یکدیگر مشاهده می‌شود. نقش محقق، بررسی چگونگی وجود یا عدم رابطه (همبستگی) بین دو پدیده اجتماعی می‌باشد. در این وضعیت تأکید بر روابط همبستگی است نه روابط علی.

اصل چهارم: پیش‌ایندهای^۱ پدیده‌های اجتماعی (پدیده به مثابه متغیر وابسته): چه عواملی موجب شکل‌گیری پدیده اجتماعی می‌شوند؟ پدیده اجتماعی چگونه به وجود می‌آیند؟ پدیده‌های اجتماعی موضوعاتی چند علی هستند و عوامل گوناگون در پیدایش آنها نقش دارند. وظیفه جامعه‌شناس آن است که عوامل مختلف در شکل‌گیری پدیده اجتماعی را شناسائی نموده، تأثیر هر کدام از آنها را مشخص کند.

اصل پنجم: پس‌ایندهای^۲ پدیده‌های اجتماعی (پدیده به مثابه متغیر مستقل): کارکردهای پدیده‌های اجتماعی چیست؟ تعریف کارکرد از نظر جامعه‌شناسی همان اثر، نقش، وظیفه، پیامد، عاقبت، نتیجه، هدف، مأموریت است. هر پدیده اجتماعی در بردارنده چندین کارکرد است و در یک کارکرد واحد منحصر نمی‌شود. کار جامعه‌شناس شناسائی و تحلیل کارکردها (اثرات، پیامدها و نتایج) می‌تواند پدیده اجتماعی است.



نمودار شماره ۱) اصول پنج گانه تبیین جامعه‌شناختی پدیده‌های اجتماعی به طور عام و سرمایه فرهنگی به طور خاص

1- Antecedence
2- Consequence

اصول پنج گانه مورد بررسی را می‌توان بر حسب انواع و سطوح سه گانه تحلیل جامعه شناختی پدیده های اجتماعی به طور عام و سرمایه فرهنگی به طور خاص مشخص دسته بندی و طبقه بندی نمود:

۱) در سطح مقدماتی و تحلیل یک متغیره: الف) بررسی وضعیت سرمایه فرهنگی صرف نظر از متغیرها و موضوعات دیگر اجتماعی: چیستی سرمایه فرهنگی: مبانی نظری و پژوهشی در تبیین سرمایه فرهنگی چیست؟ میزان، مقدار و وضعیت کنونی سرمایه فرهنگی چقدر و چگونه می باشد؟

۲) در سطح میانی و تحلیل دومتغیره: ب) وضعیت سرمایه فرهنگی بر حسب سیزده الگوی اجتماعی: بررسی سرمایه فرهنگی و مقایسه آن بر حسب جنس، سن، نژاد (قومیت)، تحصیلات، وضع تاهل، اشتغال، تعلقات دینی، وضعیت طبقاتی، حوزه های اجتماعی شهری و روستائی کدامند؟ ج) همبسته های اجتماعی سرمایه فرهنگی: آیا سرمایه فرهنگی با سایر متغیرهای فردی اجتماعی و فرهنگی ارتباط و همبستگی دارند؟ در صورت وجود ارتباط، میزان، مقدار و جهت آن چقدر است؟

۳) در سطح پیچیده و تحلیل چند متغیره: د) سرمایه فرهنگی به مثابه متغیر وابسته: پیشایندهای سرمایه فرهنگی کدامند؟ چه موضوعاتی در سرمایه فرهنگی تاثیر دارند؟ چه عواملی موجب شکل گیری سرمایه فرهنگی می شوند؟ تاثیر عوامل گوناگون در شکل گیری سرمایه فرهنگی چه مقدار است؟ ه) سرمایه فرهنگی به مثابه متغیر مستقل: پسایندهای سرمایه فرهنگی کدامند؟ سرمایه فرهنگی در چه موضوعاتی تاثیر دارد؟ پیامدها، اثرات و کارکردهای مختلف فردی، اجتماعی، خانوادگی، فرهنگی، شغلی، آموزشی سرمایه فرهنگی در سطوح متعدد زندگی اجتماعی چیست؟

۶- سابقه و پیشینه پژوهش سرمایه فرهنگی در ایران (موج اولیه آن)

الف) مطالعات نظری (حوزه نشر مقالات علمی):

- ۱) درآمدی بر نظریه سرمایه فرهنگی "عنوان مقاله حسن روحانی (۱۳۸۸)
- ۲) بهمن باینگانی و علی کاظمی (۱۳۸۹) به " بررسی مبانی تئوریک مفهوم سرمایه فرهنگی "
- ۳) در جستجوی سنجش سرمایه فرهنگی "عنوان پژوهش حیدر جانعلیزاده چوب دستی و همکاران (۱۳۸۹)

ب) مطالعات نظری (حوزه نشر کتاب):

- ۱) سرمایه فرهنگی (احمد منصوری، ۱۳۹۳)
- ۲) الگوی ارتقای سرمایه فرهنگی در ایران (رضا صالحی امیری و رزیتا سپهرنیا، ۱۳۹۴)
- ۳) سرمایه فرهنگی: درآمدی بر رویکرد نظری و روش شناسی پیر بوردیو (ناهید مویده حکمت، ۱۳۹۵)

ج) موج اولیه تحقیقات تجربی سرمایه فرهنگی در ایران:

۱) رابطه سرمایه فرهنگی با سرمایه فرهنگی جوانان "مطالعه موردی شهر تهران" (محمود شارع پور و غلامرضا خوشفر، ۱۳۸۱)

۲) تبیین جامعه شناختی رابطه سرمایه فرهنگی خانواده با سرمایه فرهنگی (محسن نیازی و محمد کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۶)

۳) تاثیر نابرابری سرمایه ی فرهنگی بر موفقیت تحصیلی دانش آموزان پیش دانشگاهی در دست یابی به آموزش عالی (محسن نوغانی، ۱۳۸۶)

۴) طراحی و ارایه الگوی بومی اندازه گیری سرمایه فرهنگی در کشور ایران (اسماعیل کاووسی و رزیتا سپهرنیا، ۱۳۸۷)

۵) فرهنگ قومی سرمایه ی فرهنگی و صنعت گردشگری (مهدی کروی، ۱۳۸۷)

د) مرور تحقیقات پیشین:

مقاله محمد رضایی و فاطمه تشویق (۱۳۹۲) به «بازخوانی سنجه های سرمایه فرهنگی» توجه داشته است. مرور تحقیقات نشان می‌دهد که در پژوهش‌های خارجی به زمینه‌های فرهنگی در سنجش سرمایه فرهنگی توجه شده است. این در حالی است که در پژوهش‌های تجربی داخلی، معرفت فرهنگی و بومی مورد غفلت و بی‌توجهی واقع شده است. «فرا تحلیلی بر ارتباط سرمایه فرهنگی و مدیریت بدن» عنوان پژوهش صدیقه شعاع و محسن نیازی (۱۳۹۵) نشان داده که سرمایه فرهنگی نقش متوسطی در تبیین واریانس مدیریت بدن ایفا نموده است.

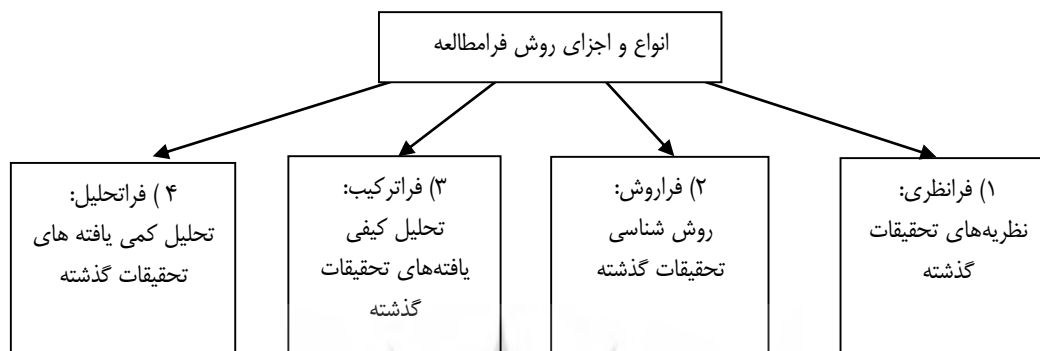
پژوهش محسن نیازی و همکاران (۱۳۹۷) تحت عنوان «فرا تحلیل رابطه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی» دریافته که اندازه اثر سرمایه فرهنگی و سبک زندگی معادل ۰/۲۸ درصدی متوسط ارزیابی شده است. در مجموع، نتایج نشان داده که سرمایه فرهنگی با تعدیل گری قومیت، جنسیت و تاهل، تاثیر متفاوتی بر سبک زندگی دارد.

«فرا تحلیل مطالعات رابطه بین سرمایه فرهنگی و شادی» عنوان پژوهش اسدالله بابایی فرد و همکاران (۱۳۹۷)، نشان داد که اندازه اثر یا ضریب تاثیر سرمایه فرهنگی بر شادی معادل ۰/۳۲۲ در حد متوسط ارزیابی می شود. یافته های پژوهش محسن نیازی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان «فرا تحلیل پژوهش‌های انجام شده در مورد رابطه سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی» نشان داده که میانگین اندازه‌ی اثر یا تاثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر هویت اجتماعی، معادل ۰/۳۴۶ در سطح متوسط است. به عبارتی، متغیر سرمایه‌ی فرهنگی عاملی تاثیر گذار در توسعه‌ی هویت اجتماعی افراد ارزیابی می‌شود. «طراحی مدل فراترکیب شناسایی عوامل موثر بر سرمایه فرهنگی دانشجویان در دانشگاه» عنوان پژوهش محسن نیازی و همکاران (۱۳۹۹) گزارش شده است. یافته ها این پژوهش نشان

می دهد تاکنون در ۱۱ بعد و ۵۸ مؤلفه پیرامون عوامل مؤثر بر سرمایه فرهنگی دانشجویان تحقیق صورت پذیرفته که پس از طی مراحل متعدد مدل مفهومی مرتبط با این موضوع ارائه شده است

۷- فراترکیب: چیستی و کاربرد آن در مدل سازی تبیین پدیده های اجتماعی

«فرامطالعه» یکی از روش هایی است که به منظور بررسی، ترکیب و تحلیل پژوهش های گذشته مورد استفاده قرار می گیرد. فرامطالعه به تجزیه و تحلیل عمیق کارهای پژوهشی انجام شده در یک حوزه خاص می پردازد و با توجه به نیازمندی پژوهش، بر چهار حوزه (۱) «فرانظری» (تحلیل نظریه های مطالعات گذشته)، (۲) «فراروش» (تحلیل روش شناسی مطالعات گذشته)، (۳) «فراترکیب» (تحلیل کیفی محتوای مطالعات گذشته) و (۴) «فرا تحلیل» (تحلیل کمی محتوای مطالعات گذشته) دلالت دارد (نمودار شماره ۲).



نمودار شماره ۲) انواع چهارگانه روش های فرامطالعه (بنج و دی، ۲۰۱۰: ۴۹۰ و پاترسون و همکاران، ۲۰۰۱: ۱۶۹).

«فراترکیب (سنتز پژوهی)» مانند فراتحلیل، برای یکپارچه سازی چندین مطالعه برای ایجاد یافته های جدید و تفسیر آن ها به کار می رود. با این حال برخلاف فراتحلیل که بر داده های کمی و رویکردهای آماری تأکید دارد، فراترکیب بر مطالعات کیفی و تفسیر و تحلیل عمیق آن ها به دلیل فهم عمیق تر است (بنج و دی، ۲۰۱۰: ۴۹۰ و پاترسون و همکاران، ۲۰۰۱: ۱۶۹).
تنوع، تعدد، گستردگی و فراوانی تحقیقات در رشته های مختلف علوم بشری، موجب ظهور و بروز حوزه ای معرفتی جدیدی با عنوان «ترکیب دانش» شده است. «ترکیب نمودن تحقیقات» در راستای مرور نظام مند تحقیقات محسوب شده است (کوپر، ۱۹۸۸: ۲۳). امروزه مطالعات حوزه مرور نظام مند (سیستماتیک) در حال گسترش است. فراترکیب (سنتز پژوهی) یکی از انواع روشهای «ترکیب دانش» شمرده می شود (کاستنر و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۱۲، تمپلایر و همکار، ۲۰۱۵: ۱۱۵ و برآون، ۲۰۲۰: ۴).
پژوهش ژباو و واتسون (۲۰۱۹: ۹۸) بیش از ۱۶ استراتژی در حوزه «مرور نظام مند» را شناسایی نموده اند که یکی از آن ها روش «فراترکیب» گزارش شده است. «پژوهش مروری نوعی از تحقیقات است که هدف آن، مطالعه مستقل و روش مند پیشینه پژوهش برای اکتشاف، توصیف، تلفیق، تبیین و یا نقد الگوها، روابط و روندهای قابل مشاهده در پیکره دانش می باشد و می توان حداقل ده گونه متمایز از مقالات مروری را شناسایی کرد که هر یک کارکرد خاص خود را در تولید دانش دارند. فراترکیب یکی از انواع ده گانه پژوهش مروری معرفی و گزارش شده است» (امیر شهسواری و جمیله علم الهدی، ۱۳۹۸: ۷۹).

در دو دهه گذشته تلاشهای زیادی برای معرفی ماهیت، ویژگی ها، کاربردها، چالشها و مهم تر از همه امکان پذیری عمل «فراترکیب» در نتایج واکاوی های کیفی صورت گرفته است. آثار ساندلوسکی (۱۹۹۶)، پترسون و همکاران (۲۰۰۱)، دوپل (۲۰۰۳)، باروسو و همکاران (۲۰۰۳)، جونز (۲۰۰۴)، والش و داوون (۲۰۰۵)، زیمر (۲۰۰۶)، ساندلوسکی و بارسو (۲۰۰۷)، کوپر، هدگاس و والتین (۲۰۰۹)، بارنت پیچ و توماس (۲۰۰۹)، فینفگلدکانیت (۲۰۱۰) و توماس، اوماراولاس، برانتون (۲۰۱۴) را می توان در زمره مهم ترین این تلاشها و تأملات قلمداد کرد.

«الگوی فراترکیب یکی از انواع روشهای فرامطالعه است که نباید آن را با الگوها و روشهای دیگر مانند مرور پیشینه، تحلیل ثانویه، روایت دوباره و غیره، اشتباه گرفت» (ساندلوسکی و بارسو، ۲۰۰۷: ۱۹-۲۲). «فراترکیب به عنوان نوعی تحقیق علمی تعریف شده است که در آن یافته های تحقیق در مورد یک واقعه هدفمند، روند، تجربه یا پدیده دیگر موجود در گزارش های کتبی مطالعات کیفی کامل شده، از طریق روش های کیفی یا کمی جمع بندی، یکپارچه یا در غیر این صورت جمع آوری می شود، بنابر این که این یافته های تحقیق می تواند مفیدتر به عنوان پایه ای برای عمل یا سیاست گذاری یا تحقیقات آینده پژوهی باشد» (ساندلوسکی، ۲۰۱۲: ۲۰).

«فراترکیب تحلیل یافته های مطالعات کیفی بوده و به جای خلاصه ای جامع از یافته ها، ترکیب تفسیری از یافته ها را ایجاد می کند. فراترکیب به عنوان یکی از حوزه های فرامطالعه، رویکردی نظام مند برای ترکیب پژوهش های کیفی مختلف در راستای

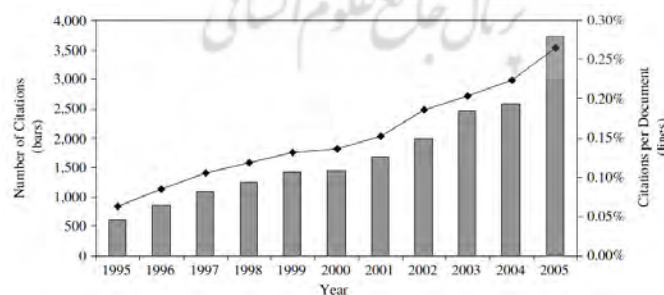
کشف زمینه‌های فرعی و اصلی است که موجب ارتقا دانش جدید شده و دید جامعی از پدیده مورد بررسی را بوجود می‌آورد. این روش مستلزم آن است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی پیرامون موضوع پژوهش انجام دهد و یافته‌های پژوهش‌های کیفی مرتبط را ترکیب کند و از این طریق نمایش جامعی از پدیده‌های مورد بررسی را نشان دهد. روش فراترکیب، با ارائه یک نگاه جامع به موضوع یا پدیده، منجر به یکی شدن افق‌های مختلف پژوهشی می‌شود. همچنین مهمترین فایده‌های استفاده از این روش عبارت‌انداز: (۱) توسعه نظری یک موضوع، (۲) ارائه چکیده‌ای سطح بالا از یک موضوع و (۳) تلاش در جهت آنکه یافته‌های تحقیقات کیفی برای کاربردی عمل، در دسترس تر باشند... بلکه جوهره این روش، تحلیل مطالعات کیفی است که در نهایت فهمی عمیق و کاربردی تر را در یک موضوع فراهم می‌آورد. فراترکیب روشی است که برای جمع‌بندی کردن مطالعات کیفی که مربوط به یک پدیده یا لااقل نزدیک به آن هستند، مفید است» (زیمیر، ۲۰۰۶: ۳۱۷)

مهمترین ویژگی‌های روش فراترکیب عبارت‌انداز:

- ۱) بازیابی جامع و سامانمند (سیستماتیک) همه پژوهش‌ها و گزارش‌های کیفی مرتبط با موضوع مورد نظر،
 - ۲) استفاده از همه روشهای مفید (کمی و کیفی) برای تحلیل آن‌ها
 - ۳) تفسیر و تحلیل نکات اصلی تحقیقات؛
 - ۴) استفاده از روشهای سامانمند (سیستماتیک) و مناسب کیفی برای جمع‌بندی نکات اصلی مطالعات کیفی
 - ۵) استفاده از فرایند تکرارپذیر برای افزایش روایی روش و خروجی فراترکیب» (ساندولوسکی وبارسو، ۲۰۰۷: ۲۲)
- «فراترکیب (سنترپژوهی) تکنیک غیرآماري است که برای تلفیق، ارزیابی و تفسیر یافته‌های چندین تحقیق کیفی استفاده می‌شود. چنین مطالعاتی ممکن است برای شناسایی عناصر و مضامین اصلی مشترک آن‌ها ترکیب شود» (کرونین و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۹).

«روش فراترکیب از روش‌های جدید و نوظهور در مطالعات کیفی است که استفاده از آن در تحقیقات علوم اجتماعی رو به گسترش بوده و می‌تواند در خلق و توسعه دانش، محققان علوم اجتماعی را یاری رساند. این روش جهت تفسیر سامانمند نتایج مطالعات کیفی برای تبیینی جدید از پدیده مشترک مورد مطالعه، استفاده می‌شود. افزایش بهره‌گیری از این روش، باعث اهمیت آشنایی محققان با جایگاه فراترکیب، مراحل انجام، نحوه اعتبار سنجی و مشکلات متداول در استفاده از آن می‌گردد» (عابدی جعفری و امیری، ۱۳۹۸: ۷۳).

به بیان دیگر روش فراترکیب نوعی روش تحقیقی است که برای ترجمه‌های تفسیری و یا ایجاد تئوری با بهره‌گیری از یکپارچگی و مقایسه یافته‌های مختلف استفاده می‌شود. هدف فراترکیب ایجاد تفسیری خلاقانه و یکپارچه از یافته‌های کیفی است. فراترکیب گردآوری و یکپارچه کردن مطالعات پیشین تأکید دارد، به نحوی که نقاط مشابه یافته‌های مطالعات پیشین را شناسایی و آن‌ها را بر اساس متغیرهایی باقابلیت اعتماد بالا یکپارچه می‌کند و نیز نتایجی از نوع روابط علی میان پدیده‌ها و ترکیب تفسیری هم چنین قابلیت تعمیم پذیری یافته‌ها را به دنبال دارد. شواهد حاصل از سنتز مطالعات کیفی میتواند بینشی عمیق را به پدیده مورد مطالعه ارائه دهد. سنتز تحقیقات کیفی اجازه میدهد تا دانش حاصل از مطالعات کیفی در مورد پدیده‌ای خاص در درک وسیع تر، عمیق تر و جامع تر از آن پدیده حاصل شود. نمودار شماره ۳ نشان از رشد تعداد استنادات علمی شامل اصطلاحات فراترکیب، بررسی سیستماتیک، مرور تحقیقات و فراترکیب در عنوان یا چکیده آن‌ها پس از انتشار چاپ اول کتاب راهنمای فراترکیب کوپر و هدگز (۱۹۹۴) طی سالهای ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۵ بر اساس دو پایگاه اطلاع رسانی SCI و SSCI بوده است (کوپر و همکاران، ۲۰۰۶: ۱۰). نمودار مذکور معرف هر دو شاخص تعداد استنادات علمی و هم چنین تعداد استنادات نسبت به استنادات در دو پایگاه اطلاع رسانی گزارش بوده است. نتایج معرف افزایش ضریب تاثیر فراترکیب بر دانش در علوم و هم چنین علوم اجتماعی بوده است.



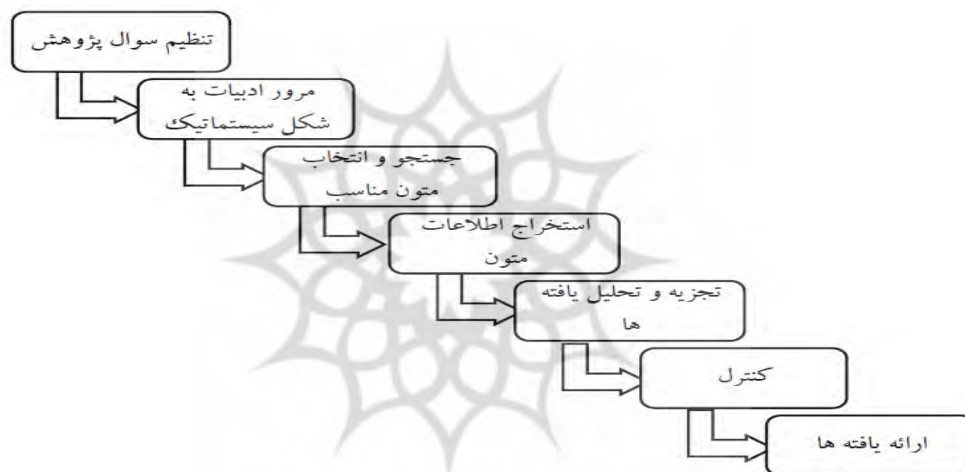
نمودار شماره ۳) استنادات مقالات بر اساس چهار واژه فراترکیب، بررسی سیستماتیک، مرور تحقیقات و فراترکیب بر اساس دو پایگاه اطلاع رسانی SCI و SSCI

۸- موج اولیه تحقیقات مبتنی بر روش فرا ترکیب در ایران

اولین موج «تحقیقات فراترکیب در ایران» اختصاص به سه مقاله «ارائه چارچوب فرآیندی برای آینده نگاری مبتنی بر روش فراترکیبی» (عباسی شاهکوه و همکاران، ۱۳۸۷)، «متا سنتز تحقیقات کیفی در علوم بهداشتی» (رفائی شیرپاک و همکاران، ۱۳۸۹) و «فراترکیب نتایج واکاویهای کیفی و مطالعات فرهنگی: واقعیت یاتوهم» (ابو علی و دادهیر، ۱۳۸۹) گزارش شده است. البته لازم به ذکر است که طی چندسال اخیر تحقیقات متعدد و فراوانی بر اساس روش فراترکیب انجام گرفته است.

۹- چارچوب روش تحقیق

مطالعه حاضر از نوع کیفی بوده که در آن از روش "فراترکیب" استفاده شده است. فراترکیب مانند فرا تحلیل، برای یکپارچه سازی چندین مطالعه برای ایجاد یافته های جدید و تفسیر آن ها به کار می رود. با این حال بر خلاف فراترکیب که بر داده های کمی و رویکردهای آماری تأکید دارد، فراترکیب بر مطالعات کیفی و تفسیر و تحلیل عمیق آن ها به دلیل فهم عمیق تر است (پاترسون و همکاران، ۲۰۰۱ و بینچ و دی، ۲۰۱۰). هفت مرحله برای انجام فراترکیب ارائه شده که این مراحل عبارتند از: ۱) تنظیم و طرح سؤال پژوهش؛ ۲) بررسی و مرور ادبیات به شکل نظامند و سیستماتیک؛ ۳) جست و جو و انتخاب مقاله های مناسب؛ ۴) استخراج اطلاعات مقاله ها و متون؛ ۵) تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته های کیفی؛ ۶) کنترل کیفیت و ۷) ارائه یافته ها (سندلوسکی و باروسو، ۲۰۰۷: ۶۷) (نمودار شماره ۴).



نمودار شماره ۴) مراحل تحقیق فراترکیب از نظر ساندلوسکی و باروسو، ۲۰۰۷

اطلاعات تحقیق در باره «سرمایه فرهنگی» تا زمان انجام و جمع آوری اطلاعات (تیرماه ۱۴۰۰) با استفاده از چهار منبع اینترنتی پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (sid.ir)، پایگاه اطلاع رسانی نشریات علمی ایران (magiran.com)، پایگاه مجلات تخصصی نور (Noormags.ir)، پرتال جامع علوم انسانی (Ensani.ir) گردآوری شده است. در مجموع ۲۲۹ مقاله مندرج در مجلات علمی پژوهشی برای پژوهش حاضر در نظر گرفته شد.

۱۰- تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش

الف) روند تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران: نخستین نشر مقاله در حوزه سرمایه فرهنگی اختصاص به سال ۱۳۸۱ داشته است. در مجموع ۱۲ مقاله موضوع تحقیق تا سال ۱۳۸۹ منتشر شده اند و از سال ۱۳۸۹ روند افزایشی در نشر مقالات حوزه سرمایه فرهنگی مشاهده می شود. ۱۱ درصد تحقیقات اختصاص به دهه اول پژوهش (سالهای ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹) و ۸۹ درصد مقالات در دهه دوم پژوهش (سالهای ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰) ثبت شده اند. بررسی تاریخی نشر مقالات نشان از روند صعودی (افزایشی) در تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران طی دو دهه (سالهای ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۰) داشته است و هم چنین نتایج فوق نشان از رشد ستابان و بسیار فزاینده پژوهش سرمایه فرهنگی طی دهه دوم پژوهش داشته است (جدول شماره ۳).

جدول شماره ۳) توزیع فراوانی روند تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران بر حسب سال چاپ مقاله به تعداد و درصد

سال نشر	تعداد	درصد	سال نشر	تعداد	درصد
۱۳۸۰	۰	۰	۱۳۹۰	۸	۳/۵
۱۳۸۱	۱	۰/۵	۱۳۹۱	۱۸	۸
۱۳۸۲	۰	۰	۱۳۹۲	۱۵	۷
۱۳۸۳	۰	۰	۱۳۹۳	۲۰	۹
۱۳۸۴	۰	۰	۱۳۹۴	۲۸	۱۲
۱۳۸۵	۰	۰	۱۳۹۵	۲۳	۱۰
۱۳۸۶	۳	۱/۵	۱۳۹۶	۲۱	۹
۱۳۸۷	۳	۱/۵	۱۳۹۷	۲۳	۱۰
۱۳۸۸	۵	۲	۱۳۹۸	۲۰	۹
۱۳۸۹	۱۱	۵	۱۳۹۹	۲۹	۱۳

- ب) گرایشهای پژوهشی در تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران:
- ۱) کلیات سرمایه فرهنگی در ایران: ۸ مقاله به «چیستی سرمایه فرهنگی در ایران» پرداخته اند که شامل مباحث عمومی، کیفی، تاریخی و نظری موضوع بوده و مبتنی بر روش کتابخانه ای (اسنادی) انجام گرفته اند
- ۲) وضعیت سرمایه فرهنگی در ایران: ۳۲ مقاله به «چگونگی وضعیت سرمایه فرهنگی در ایران» پرداخته اند که در چندبخش قابل تفکیک هستند:
- الف) چگونگی سرمایه فرهنگی برحسب میدان های مختلف برای نمونه دانشگاه، آموزش و پرورش، موسسات، معلمان، دانشجویان، سالمندان، زنان (۱۷ مقاله).
- ب) تحقیقات سرمایه فرهنگی در سطح ملی (۶ مقاله)
- ج) مقالات متکی بر مرور سابقه تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران (۶ مقاله).
- د) مطالعه سرمایه فرهنگی بر اساس روش تحلیل محتوای کتب درسی (۳ مقاله)
- ۳) همبسته های سرمایه فرهنگی در ایران: سه مقاله به «همبسته های سرمایه فرهنگی در ایران» شامل مصرف گرایی، اوقات فراغت و سرمایه نمادین پرداخته اند
- ۴) پیشایندهای سرمایه فرهنگی در ایران:
- الف) نتایج عمومی
- یافته های پژوهش نشان از آن دارد که ۲۲ متغیر (موضوع) در خصوص شرایط و عوامل موثر بر سرمایه فرهنگی در ایران در قالب ۲۶ مقاله شناسایی گردیده اند. هفت متغیر موثر بر سرمایه فرهنگی در ایران دارای بیشترین فراوانی گزارش شده اند که بیشترین آن ها عبارتند از طبقه اجتماعی (۷ مقاله)، سرمایه اقتصادی (۶ مقاله)، سرمایه اجتماعی (۴ مقاله)، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، شبکه های اجتماعی مجازی، میراث فرهنگی (به صورت مشترک هر کدام در ۲ مقاله).
- علاوه بر آن مابقی ۱۵ عوامل موثر که هر کدام در یک مقاله گزارش شده اند، عبارتند از: آموزش، اوقات فراغت، اینترنت، رادیو و تلویزیون، سواد رسانه ای، خانواده (سرمایه فرهنگی)، مصرف کالاهای معنوی، نگرش خلاق به گردشگری، مشارکت فرهنگی، سبک زندگی، مدیریت دانش، اعتماد اجتماعی، مشارکت آموزشی، مصرف رسانه ای، شوراهای روستایی.
- ب) نتایج موضوعی:
- نتایج موضوعی پیشایندهای سرمایه فرهنگی در ایران به ترتیب بیشترین فراوانی شامل چهار دسته اصلی عوامل اجتماعی (۱۴ متغیر)، عوامل سازمانی (۳ متغیر)، شرایط فناورانه نوین (۳ متغیر) و عوامل آموزشی و تربیتی (۲ متغیر) می باشند:
- * شرایط فرهنگی اجتماعی شامل ۱۴ متغیر طبقه اجتماعی (۷ مقاله)، سرمایه اقتصادی (۶ مقاله)، سرمایه اجتماعی (۴ مقاله)، میراث فرهنگی (۲ مقاله)، متغیرهای اوقات فراغت، سواد رسانه ای، خانواده (سرمایه فرهنگی)، مصرف کالاهای معنوی، نگرش خلاق به گردشگری، مشارکت فرهنگی، سبک زندگی، اعتماد اجتماعی، مصرف رسانه ای، شوراهای روستایی (هر کدام ۱ مقاله)
- * شرایط سازمانی، شامل سه متغیر سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری (هر کدام در ۲ مقاله) و مدیریت دانش (در ۱ مقاله).
- * شرایط فناورانه نوین، شامل سه متغیر شبکه های اجتماعی مجازی (۲ مقاله)، اینترنت، رادیو و تلویزیون (هر کدام در ۱ مقاله)
- * شرایط آموزشی/تربیتی، شامل دو متغیر آموزش و مشارکت آموزشی (هر کدام در ۱ مقاله).
- ۵) پسایندهای سرمایه فرهنگی در ایران:

الف) نتایج عمومی

یافته های پژوهش نشان از آن دارد که ۹۳ متغیر به عنوان اثرات سرمایه فرهنگی در ایران در قالب ۱۵۸ مقاله شناسایی شده اند. بیشترین اثرات سرمایه فرهنگی اختصاص به ۲۵ متغیر سبک زندگی (۱۴ مقاله)، موفقیت تحصیلی (۱۳ مقاله)، هویت اجتماعی (۱۰ مقاله)، شادی و رفتارزیست محیطی (هر کدام در ۸ مقاله)، مدیریت بدن (۷ مقاله)، سلامت عمومی و سرمایه اجتماعی (هر کدام در ۴ مقاله)، تحرک اجتماعی، خشونت خانگی، اعتماد اجتماعی، اوقات فراغت و مشارکت اجتماعی (هر کدام در ۳ مقاله)، مسئولیت پذیری اجتماعی، سرمایه نمادین، بیگانگی اجتماعی، عملکرد سازمانی، سلامت اجتماعی، سواد رسانه ای، بهره وری نیروی انسانی، رفتار پر خطر، مشارکت سیاسی، کیفیت زندگی، مدارای اجتماعی، منزلت اجتماعی معلمان (هر کدام در ۲ مقاله) داشته اند علاوه بر آن ها مابقی اثرات ۶۸ گانه که هر کدام از آنها در یک مقاله آمده است عبارتند از: آموزش شهروندی جهانی، اثربخشی آموزشی، احساس امنیت اجتماعی، احساس تنهایی، احساس شهروندی، ارزشهای معطوف به توسعه، ازدواج موفق، میزان استفاده از فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی، استفاده از کتابخانه های عمومی، استقرار مدیریت دانش، انتخاب کالاهای مصرفی غربی، انتخاب نوع مدرسه، بازتولید طبقه اجتماعی، بحران هویت، گرایش والدین به تبعیض جنسیتی، تحقیرشدگی زنان، تخریب گری، ترس از جرم، ترک شغل، تعهد اجتماعی، تقدیرگرایی، توزیع قدرت در خانواده، توسعه پایدار شهری، تولیدات علمی دانشجویان، تولیدناخالص ملی، حقوق شهروندی، خانواده گرایی، خود پنداره بدنی، خودکارآمدی زبان انگلیسی، خودکارآمدی فرزندان، دلبستگی شغلی، رضایت زناشویی، رفتار ضد اخلاقی زنان، رفتار ضد شهروندی سازمانی، روابط زناشویی، سازگاری اجتماعی، میزان مطالعه، سلاقی و مصرف هنری، شکل گیری تبلیغات فرهنگی، شهروندی زیست محیطی، نگرش به فرزندآوری، سبک فرزندپروری، فرزندمداری، فرهنگ دانشگاهی، فرهنگ شهروندی، شهروندی فرهنگی، فضای فرهنگی خانواده، قانون گرایی، گرایش به کتابخوانی، آگاهی و رفتار والدین نسبت به کودک آزاری، توسعه گردشگری، گرایش به مد، مقایسه اجتماعی، مشارکت شهروندی، مشارکت ورزشی، مصرف غذاهای سنتی و مدرن، مقبولیت اجتماعی، درگیری تحصیلی، مهارت حل مسئله، نابرابری آموزشی، ناهنجاری های ترافیکی، نگرش به طلاق، نگرش خود توسعه ای، نگرش سوء مصرف موادمخدر، هوش فرهنگی، هویت ملی، اخلاق حرفه ای، تمایل به گردشگری

الف) نتایج موضوعی:

یافته های پژوهش نشان از آن دارد که ۹۳ متغیر به عنوان اثرات سرمایه فرهنگی در ایران در قالب ۱۵۸ مقاله شناسایی شده اند که به ترتیب شامل اثرات اجتماعی (۳۵ متغیر)، اثرات خانوادگی (۱۶ متغیر)، اثرات آموزشی (۱۰ متغیر)، اثرات فرهنگی (۸ متغیر)، اثرات سازمانی (۷ متغیر)، اثرات شهروندی (۶ متغیر)، اثرات رفتاری (۵ متغیر) و اثرات زیست شهری، فیزیکی و جسمانی، فناورانه، اقتصادی و سیاسی (هر کدام ۱ متغیر) بوده اند.

نتایج موضوعی پسا پنداره های سرمایه فرهنگی در ایران به ترتیب بیشترین فراوانی، در ۱۲ بخش اصلی قابل دسته بندی می باشند:

اثرات اجتماعی (شامل ۳۵ متغیر): سبک زندگی (۱۴ مقاله)، هویت اجتماعی (۱۰ مقاله)، رفتار زیست محیطی (۸ مقاله)، مدیریت بدن (۷ مقاله)، سرمایه اجتماعی (۴ مقاله)، تحرک اجتماعی، اعتماد اجتماعی، اوقات فراغت، مشارکت اجتماعی (به صورت مشترک هر کدام در ۳ مقاله)، مسئولیت پذیری اجتماعی، سرمایه نمادین، بیگانگی اجتماعی، سلامت اجتماعی، سواد رسانه ای، رفتار پر خطر، کیفیت زندگی، مدارای اجتماعی، منزلت اجتماعی معلمان (به طور مشترک هر کدام در ۲ مقاله)، احساس امنیت اجتماعی، ارزشهای معطوف به توسعه، بازتولید طبقه اجتماعی، تخریب گری، ترس از جرم، تعهد اجتماعی، تقدیرگرایی، سازگاری اجتماعی، قانون گرایی، گرایش به مد، مقایسه اجتماعی، مقبولیت اجتماعی، ناهنجاری های ترافیکی، نگرش سوء مصرف موادمخدر، هویت ملی، توسعه گردشگری، تمایل به گردشگری (به طور مشترک هر کدام در ۱ مقاله)

اثرات خانوادگی (شامل ۱۶ متغیر): خشونت خانگی (۳ مقاله)، گرایش والدین به تبعیض جنسیتی، توزیع قدرت در خانواده، خانواده گرایی، رضایت زناشویی، رفتار ضد اخلاقی زنان، روابط زناشویی، نگرش به فرزندآوری، سبک فرزندپروری، فرزندمداری، فضای فرهنگی خانواده، خودکارآمدی فرزندان، تحقیر شدگی زنان، آگاهی و رفتار والدین نسبت به کودک آزاری، نگرش به طلاق و ازدواج موفق (هر کدام در ۱ مقاله)

اثرات آموزشی (شامل ۱۰ متغیر): موفقیت تحصیلی (۱۳ مقاله)، انتخاب نوع مدرسه، آموزش شهروندی جهانی، اثربخشی آموزشی، فرهنگ دانشگاهی، خودکارآمدی زبان انگلیسی، تولیدات علمی دانشجویان، درگیری تحصیلی، مهارت حل مسئله، نابرابری آموزشی (به طور مشترک هر کدام در ۱ مقاله).

اثرات فرهنگی (شامل ۸ متغیر): میزان مطالعه، سلاقی و مصرف هنری، شکل گیری تبلیغات فرهنگی، گرایش به کتابخوانی، هوش فرهنگی، مصرف غذاهای سنتی و مدرن، انتخاب کالاهای مصرفی غربی، استفاده از کتابخانه های عمومی (به طور مشترک هر کدام در ۱ مقاله)

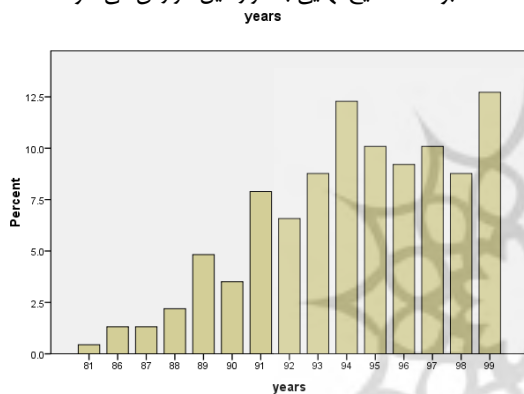
اثرات سازمانی (شامل ۷ متغیر): بهره وری نیروی انسانی و عملکرد سازمانی (هر کدام در ۲ مقاله)، دلبستگی شغلی، رفتار ضد شهروندی سازمانی، اخلاق حرفه ای، ترک شغل، استقرار مدیریت دانش (هر کدام در ۱ مقاله)

اثرات شهروندی (شامل ۶ متغیر): احساس شهروندی، شهروندی زیست محیطی، فرهنگ شهروندی، شهروندی فرهنگی، مشارکت شهروندی، حقوق شهروندی (هر کدام در ۱ مقاله)

- ۷) اثرات رفتاری (شامل ۵ متغیر): شادی (۸ مقاله)، سلامت عمومی (۴ مقاله)، احساس تنهایی، نگرش خود توسعه ای، بحران هویت (هر کدام در ۱ مقاله)
- ۸) اثرات زیست شهری (توسعه پایدار شهری در ۱ مقاله).
- ۹) اثرات فیزیکی و جسمانی (دو متغیر خودپنداره بدنی و مشارکت ورزشی هر کدام در ۱ مقاله).
- ۱۰) اثرات فناورانه (میزان استفاده از فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی (۱ مقاله).
- ۱۱) اثرات اقتصادی (تولید ناخالص ملی ۱ مقاله).
- ۱۲) اثرات سیاسی (مشارکت سیاسی در ۲ مقاله).

۱۱- بحث و نتیجه گیری

روش فراترکیب از روش های جدید و نو ظهور در مطالعات کیفی است که استفاده از آن در تحقیقات علوم اجتماعی روبه گسترش بوده و می تواند در خلق و توسعه دانش، محققان علوم اجتماعی رایاری رساند. این روش جهت تفسیر سیستماتیک نتایج مطالعات کیفی برای تبیین جدید ازیبیده مشترک مورد مطالعه، استفاده می شود. سرمایه فرهنگی به منزله یکی از مفاهیم کانونی جامعه شناسی است که در سال های اخیر به خصوص در ایران مورد توجه صاحب نظران علوم اجتماعی قرار گرفته است. طی بیست سال گذشته، با توجه به اهمیت سرمایه فرهنگی در ایران، تحقیقات متعددی در این خصوص انجام شده است. با توجه به فراوانی و تنوع تحقیقات انجام شده، نیاز به انجام تحقیقات ترکیبی مثل فراترکیب در این حوزه احساس می شود. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی فراترکیب تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران طی سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰ بوده که نتایج نهایی به قرار ذیل گزارش می شوند:



نمودار شماره ۵) روند تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران طی سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰

اول: روند تحقیقات سرمایه فرهنگی در

ایران: بررسی تاریخی نشر مقالات نشان از روند صعودی (افزایشی) در تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران طی دو دهه (سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰) داشته است (نمودار شماره ۵). البته در دهه دوم پژوهش از رشد شتابان بسیار فزاینده برخوردار بوده است.

دوم: گرایش های پژوهشی تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران:

نتایج استفاده از روش "فراترکیب" تحقیق را قادر به "ساخت و طراحی مدل جامع تبیین سرمایه فرهنگی در ایران" نموده است. بر اساس مدل پیشنهادی سرمایه فرهنگی قابل تفکیک و تبیین در چهار بخش بوده است. نتایج نهایی تحقیق نشان داد که گرایش های پژوهشی به ترتیب فراوانی در پنج بخش پسایندها (۱۵۸ مقاله و ۱۰۲ متغیر) (۷۰ درصد)، وضعیت (۳۲ مقاله و ۱۴ درصد)، پیشایندها (۲۶ مقاله و ۲۲ متغیر) (۱۱ درصد)، کلیات (۸ مقاله) (۳ درصد) و همبسته ها (۳ مقاله، ۳ متغیر) (۲ درصد) طبقه بندی شده اند (جدول شماره ۸).

جدول شماره ۸) انواع تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران طی سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰ به تعداد و درصد

درصد	تعداد	گرایش های پژوهشی
۱۴	۳۲	تحقیقات در خصوص وضعیت سرمایه فرهنگی در ایران
۳	۸	تحقیقات در زمینه کلیات سرمایه فرهنگی در ایران
۱۱	۲۶	تحقیقات در حوزه پیشاندهای سرمایه فرهنگی در ایران
۷۰	۱۵۸	تحقیقات در زمینه پسایندهای سرمایه فرهنگی در ایران
۲	۳	تحقیقات در زمینه همبسته های سرمایه فرهنگی در ایران
۱۰۰	۲۲۷	جمع کل

پیش‌بینی‌های سرمایه‌فرهنگی

در ایران (شرایط ووامل موثر):
(۲مقاله و ۲۲مفتی) (۱۱درصد):
طبقه اجتماعی (۱مقاله)، سرمایه اقتصادی (۲مقاله)، سرمایه اجتماعی (۴مقاله)، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، شبکه‌های اجتماعی مجازی، میراث فرهنگی (به صورت مشترک هرکدام در ۲مقاله)، ۱۵مفتی هرکدام در ۲مقاله: آموزش، اوقات فراغت، اینترنت، رادیو، تلویزیون، سواد رسانه‌ای، خانواده (سرمایه فرهنگی)، مصرف کالاهای معنوی، نگرش خلاق به گردشگری، مشارکت فرهنگی، سبک زندگی، مدیریت دانش، اعتماد اجتماعی، مشارکت آموزشی، مصرف رسانه‌ای، شوراهای روستایی.

همبسته‌های سرمایه‌فرهنگی در ایران

مقاله ۲ و ۳ (درصد):
اوقات فراغت، سرمایه نمادین و مصرف‌گرایی

کلیات سرمایه فرهنگی در ایران (۸مقاله و ۳درصد)

وضعیت سرمایه فرهنگی در ایران (۲۲مقاله و ۱۴درصد)

پس‌اند‌های سرمایه فرهنگی در ایران:

(اثرات، پیامدها و کارکردها) (۱۵۸مقاله و ۲۰مفتی) (۷۰درصد):

سبک زندگی (۴مقاله)، موفقیت تحصیلی (۳مقاله)، هویت اجتماعی (۱۰مقاله)، بنیادی و رفتارزیست محیطی (هرکدام در ۱مقاله)، مدیریت بدن (۷مقاله)، سلامت عمومی و سرمایه اجتماعی (هرکدام در ۱مقاله)، تحرک اجتماعی، خشونت خانگی، اعتماد اجتماعی، اوقات فراغت و مشارکت اجتماعی (هرکدام در ۲مقاله)، مسئولیت پذیری اجتماعی، سرمایه نمادین، بیگانگی اجتماعی، عملکرد سازمانی، سلامت اجتماعی، سواد رسانه‌ای بهره‌وری نیروی انسانی، رفتار پرخطر، مشارکت سیاسی، کیفیت زندگی، مدارای اجتماعی، منزلت اجتماعی معلمان (هرکدام در ۲مقاله)، آموزش شهروندی جهانی، اثربخشی آموزشی، احساس امنیت اجتماعی، احساس تنهایی، احساس شهروندی، ارزشهای معطوف به توسعه، ازدواج موفق، میزان استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، استفاده از کتابخانه‌های عمومی، استقرار مدیریت دانش، انتخاب کالاهای مصرفی غربی، انتخاب نوع زندگی، تولید طبقه اجتماعی، بحران هویت، گرایش والدین به تبعیت جنسیتی، تحقیق‌گرایی زنان، تحریک‌گرایی، ترس از جرم، ترک شغل، تعهد اجتماعی، تقدیرگرایی، توزیع قدرت در خانواده، توسعه پایدار شهری، تولیدات علمی دانشجویان، تولید ناخالص ملی، حقوق شهروندی، خانواده گرای، خودپنداره پدنی، خودکارآمدی زنان انگلیسی، خودکارآمدی فرزندان، دبستگی شفلی، رضایت زناشویی، رفتار ضد اخلاقی زنان، رفتار ضد شهروندی سازمانی، روابط زناشویی، سازگاری اجتماعی، میزان مطالعه، سلاطین، مصرف هنری، شکل‌گیری تبلیغات فرهنگی، شهروندی زیست محیطی، نگرش به فرزندآوری، سبک فرزندآوری، فرزندماری فرهنگی، دانشگاهی، فرهنگ شهروندی، شهروندی فرهنگی قضای فرمکی، خانواده‌قانون‌گرایی، گرایش به کتابخوانی، آگاهی و رفتار والدین نسبت به کودک آزادی، توسعه گردشگری، گرایش به مدهمقاسمه اجتماعی، مشارکت شهروندی، مشارکت ورزشی، مصرف غذاهای سنتی و مدرن، مقبولیت اجتماعی، درگیری تحصیلی، مهارت حل مسئله، نابرابری آموزشی، اهمیت‌های تفریحی، نگرش به طلاق، نگرش خودتوسعه‌ای، نگرش سوسومصرف موادمخدر، هوش فرهنگی، هویت ملی، اخلاق حرفه‌ای، تمایل به گردشگری (هرکدام در ۱مقاله)

نمودار ۶) نتیجه‌گیری نهایی پژوهش: انواع پنج‌گانه تحقیقات سرمایه فرهنگی در ایران طی سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰ (تعداد ۲۲۷ مقاله)

جمع بندی و نتیجه گیری یافته های نهایی پژوهش در خصوص دو بخش پیشایندها و هم چنین پسایندهای سرمایه فرهنگی در ایران به قرار ذیل گزارش می شود (نمودار شماره ۶):

(۱) پیشایندهای سرمایه فرهنگی در ایران:

الف) نتایج موضوعی پیشایندهای (شرایط و عوامل موثر بر) سرمایه فرهنگی در ایران (۲۶ مقاله و ۲۲ متغیر) به ترتیب اختصاص به چهار دسته اصلی عوامل اجتماعی (۱۴ متغیر)، عوامل سازمانی (۳ متغیر)، شرایط فناورانه نوین (۳ متغیر) و عوامل آموزشی و تربیتی (۲ متغیر) می باشند.

ب) هفت متغیر موثر بر سرمایه فرهنگی در ایران دارای بیشترین فراوانی گزارش شده اند که بیشترین آن‌ها عبارتند از طبقه اجتماعی (۷ مقاله)، سرمایه اقتصادی (۶ مقاله)، سرمایه اجتماعی (۴ مقاله)، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، شبکه های اجتماعی مجازی، میراث فرهنگی (به صورت مشترک هر کدام در ۲ مقاله). علاوه بر آن مابقی ۱۵ عوامل موثر که هر کدام در یک مقاله گزارش شده اند،

(۲) پسایندهای سرمایه فرهنگی در ایران:

الف) نتایج موضوعی پسایندهای (اثرات، پیامدها و کارکردهای) سرمایه فرهنگی در ایران (۱۵۸ مقاله و ۹۳ متغیر) به ترتیب اختصاص به سیزده دسته اصلی اثرات اجتماعی (۳۵ متغیر)، اثرات خانوادگی (۱۶ متغیر)، اثرات آموزشی (۱۰ متغیر)، اثرات فرهنگی (۸ متغیر)، اثرات سازمانی (۷ متغیر)، اثرات شهروندی (۶ متغیر)، اثرات رفتاری (۵ متغیر) و اثرات زیست شهری، فیزیکی و جسمانی، فناورانه، اقتصادی و سیاسی (هر کدام ۱ متغیر) داشته اند.

ب) بیشترین اثرات فرعی سرمایه فرهنگی اختصاص به ۲۵ متغیر سبک زندگی (۱۴ مقاله)، موفقیت تحصیلی (۱۳ مقاله)، هویت اجتماعی (۱۰ مقاله)، شادی و رفتارزیست محیطی (هر کدام در ۸ مقاله)، مدیریت بدن (۷ مقاله)، سلامت عمومی و سرمایه اجتماعی (هر کدام در ۴ مقاله)، تحرک اجتماعی، خشونت خانگی، اعتماد اجتماعی، اوقات فراغت و مشارکت اجتماعی (هر کدام در ۳ مقاله)، مسئولیت پذیری اجتماعی، سرمایه نمادین، بیگانگی اجتماعی، عملکردسازمانی، سلامت اجتماعی، سواد رسانه ای، بهره وری نیروی انسانی، رفتار پر خطر، مشارکت سیاسی، کیفیت زندگی، مدارای اجتماعی، منزلت اجتماعی معلمان (هر کدام در ۲ مقاله) داشته و مابقی اثرات ۶۸ گانه هر کدام در یک مقاله گزارش شده اند.

منابع

۱. بازگلی، حمیدرضا، محمدنقی ایمانی و محمود صفری. (۱۳۹۹). طراحی الگوی توسعه سرمایه فرهنگی در نظام آموزش و پرورش ایران، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، زمستان، شماره ۴۹، صفحات ۶۳-۸۰.
۲. بوردیو، پی.یر. (۱۳۸۰). نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه مرتضی مردیپناه، تهران: نقش و نگار.
۳. بون ویتز، پاتریس. (۱۳۹۱) درس هائی از جامعه شناسی پی بوردیو. ترجمه جواد جهانگیری، تهران، نشر آگاه.
۴. رضایی، محمد و فاطمه تشویق. (۱۳۹۲). بازخوانی سنجه های سرمایه فرهنگی، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره دوم، شماره ۱، بهار، صفحات ۹-۳۵.
۵. شارع پور، محمود و غلامرضا خوش فر. (۱۳۸۱). رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان « مطالعه موردی شهر تهران» نامه علوم اجتماعی، دوره ۱۰، شماره پیاپی ۲۰، پاییز و زمستان، صفحات ۱۳۳-۱۴۷.
۶. شهسواری، امیر و جمیله علم الهدی. (۱۳۹۸). روش شناسی پژوهش مروری و نقش آن در تولید دانش: توسعه یک گونه شناسی، فصلنامه روش شناسی علوم انسانی، شماره پیاپی ۹۸، بهار، صفحات ۷۹-۱۰۵.
۷. شویره، کریستیان، اولیویه فونتن وژان پیرزده. (۱۳۸۵). واژگان بوردیو، ترجمه مرتضی کتبی، تهران، نشر نی.
۸. عابدی جعفری، عابد و مجتبی امیری. (۱۳۹۸). فرا ترکیب، روشی برای سنتز مطالعات کیفی، فصلنامه علمی پژوهشی روش شناسی علوم انسانی، دوره ۲۵، شماره ۹۹، تابستان، صفحات ۷۳-۸۷.
۹. گرنفل، مایکل، (۱۳۸۹)، مفاهیم کلیدی پیربوردیو، ترجمه: محمد مهدی لیبی، تهران: افکار.
۱۰. محمدی، مجتبی، مهتری دارایی و امین رحیمی کیا. (۱۳۹۹). شناسایی و اعتباریابی مدل سرمایه فرهنگی از دیدگاه مدیران آموزش و پرورش، مجله رهیافتی نودمدیریت آموزشی، بهمن و اسفندماه، شماره ۴۶، صفحات ۱۲۷-۱۵۰.
۱۱. موید حکمت. ناهید. (۱۳۹۵). سرمایه فرهنگی: درآمدی بر رویکرد نظری و روش شناسی پیر بوردیو، تهران، انتشارت پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

12. This article is not included in your organization's subscription. However, you may be able to access this article under your organization's agreement with Elsevier.

13. Bench, S, & Day, T. (2010) "The user experience of critical care discharges: a meta-synthesis of qualitative research", International journal of nursing studies, 47(4): 487-499.

14. Burgess.R. (1986).Key Variables in Social Investigation,London,Routledge and Kegan Paul.

15. Gittus.E. (1972).Key variables in social research. Heinemann Educational for the British Sociological Association.
16. Patterson, B., Thorne, Calnan, C., & Jillings. C. (2001) Meta- study of qualitative health research: a practical guide to meta-analysis and meta-synthesis.California press.
17. Sandelowski, M.; Barros, J. (2007), Handbook for synthesizing qualitative research,Springer publishing company Inc.
18. Sandelowski, M. (2012). Metasynthesis of qualitative research. In H. Cooper, P. M. Camic, D. L. Long, A. T. Panter, D. Rindskopf, & K. J. Sher (Eds.),APA handbooks in psychology.APA handbook of research methods in psychology, Vol. 2. Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological(p. 19–36).
19. Templier, M, and G. Paré. (2015).A Framework for Guiding and Evaluating Literature Reviews.Communications of the Association for Information Systems 37, Article 6.112-137.
20. Zimmer L. (2006) "Qualitative meta-synthesis: a question of dialoguing with texts", Journal of Advanced Nursing 53(3): 311–318.





ISSN: 2645-4475

فصلنامه مطالعات کارپردی در
علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی

سال پنجم، شماره ۱ (پیاپی: ۱۹)، بهار ۱۴۰۱، جلد یک